

## РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ У РОЗВИТКУ МУНІЦИПАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

*Гаврилець О.В., канд. екон. наук, доцент  
Мукачівський державний університет  
Дочинець Н.М., канд. екон. наук, доцент  
Закарпатська академія мистецтв, м. Ужгород*

Муніципальна діяльність визначається як конкретна, самостійна, здійснювана під своєю відповідальністю діяльність населення місцевого співтовариства та органів місцевого самоврядування стосовно вирішення питань місцевого значення. Для більшості членів територіальних громад діяльність органів місцевого самоврядування є незрозумілою і недоступною для сприйняття, що, окрім іншого, заважає долученню широких верств населення до місцевого самоврядування. Так, Асоціація міст України, серед інших, представила стратегію в сфері надання адміністративних послуг населенню, де відзначає застарілість оформлення таких послуг шляхом використання особистих звернень та паперових документів, що є складним і незручним для споживача [1].

В даному контексті проблем муніципального управління особливої ваги набуває концепція муніципального маркетингу, як особлива сфера наукових досліджень та практичної діяльності, для якої об'єктом докладання маркетингових зусиль є місто, а предметом – привабливість міста для різних цільових груп споживачів. Реалізацію даної концепції забезпечує маркетингова інформація, збір, оцінка, систематизація та аналіз якої є основною функцією маркетингу муніципального утворення.

Зокрема, для муніципального органу місцевого самоврядування головним чинником розвитку є прогнозування процесів формування муніципальних ринків праці, житла,

послуг освіти й охорони здоров'я, які представляють комплекс муніципальних послуг, а ефективність їх надання потребує обліку різноманітних місцевих умов та інтересів населення, у зв'язку з чим підвищуються вимоги до достовірності, репрезентативності, актуальності та об'єктивності отримуваної маркетингової інформації. Так, на прикладі функціонування сфери адміністративних послуг Асоціація міст України в рамках Стратегії у сфері «Електронне врядування та публічні послуги» визначає наступні проблеми, серед яких якраз інформаційне забезпечення відіграє пріоритетну роль:

- недостатність інформації про діяльність органів місцевого самоврядування або її надмірна складність для пересічного громадянина;

- складність та недостатня зручність публічних послуг для споживача;

- ускладнена процедура або застарілість окремих публічних послуг;

- відсутність належного фінансового забезпечення (оплата праці, розвиток інфраструктури).

З огляду на виявлені проблеми можна відзначити, що основним напрямком розвитку публічних послуг є розбудова мережі центрів надання публічних послуг (ЦНПП) для спрощення отримання споживачами публічних послуг. І хоча міжнародний досвід свідчить, що нагальним викликом сьогодення є надання кожній особі можливості отримати всі публічні послуги за допомогою Інтернету, в Україні застосування такого засобу не є таким, що вирішує питання ефективності надання публічних послуг населення. На сьогодні хоча і спостерігається позитивна динаміка зростання фіксованого широкосмугового доступу до Інтернету в Україні, однак частка проникнення мережі Інтернет за даними Інтернет Асоціації України на серпень 2017 року

становила 65 % (в містах з населенням більше 100 тисяч осіб – 75 %, в селах – 54 %, що пояснюється застарілістю телекомунікаційних мереж, низьким рівнем комп'ютеризації та низькими доходами населення [2].

Так, на 1 січня 2019 року кількість абонентів Інтернет в Україні склала 26066,8 осіб, при цьому Закарпатська область займає чи не найнижчу сходинку за даним показником серед інших областей України – це 2,23 % в загальній кількості абонентів. За даними Державної служби статистики на 1 січня 2020 року кількість Інтернет-користувачів в Закарпатті склала 62,9 тис. осіб [3]. Вважається, що однією з причин такого зростання користувачів є «смартфонізація» населення, адже 22 % користувачів виходять в Інтернет виключно за допомогою смартфонів [4]. Для значної частки нових користувачів смартфон у 2019 році став першим і єдиним пристроєм для доступу до мереж. Оскільки важливим принципом надання електронних адміністративних послуг є їх доступність 24 години на добу та 7 днів на тиждень, то ріст кількості користувачів є необхідною умовою розвитку таких послуг та формою задоволення потреб споживачів муніципальних послуг. До того ж, запровадження Єдиного державного порталу адміністративних послуг сприяє зростанню такого рівня задоволення через широкі можливості іфнормування та консультування громадян з тих чи інших питань місцевого значення. Окрім цього наближення формату муніципальних послуг до потреб кінцевих споживачів сприяє запровадження на веб-сайтах органів місцевого самоврядування опитування у формі анкетувань. Такий інструмент маркетингу спрямований на вивчення цільової аудиторії у розрізі окремих видів муніципальних послуг та наступної оцінки можливих форм їх надання або ж проблем, що перешкоджають їх широкому використанню.

Отже, слід враховувати, що при запровадженні електронних адміністративних послуг для їх користувачів мають бути доступними: актуальна інформація про послугу через відповідний портал або веб-сайт; завантаження форм документів, які необхідно заповнити для отримання адміністративної послуги, або можливість заповнення цих форм в онлайн режимі; онлайн інформування суб'єкта, що звернувся за послугою про стан надання такої послуги; можливість sms-інформування; онлайн оплата за надання адміністративної послуги, якщо така плата встановлена.

Таким чином, широке впровадження та забезпечення доступності муніципальних послуг вимагає залучення альтернативних інформаційних джерел, серед яких особливої уваги заслуговують ті, що сприяють реалізації механізму надання якісної муніципальної послуги із забезпеченням зворотного зв'язку із споживачем. Наявність зворотного зв'язку в муніципальному маркетингу можливий завдяки реалізації інструментів маркетингових досліджень, серед яких панельні обстеження, опитування, фокус-групи та інші методи збору та передачі інформації в системі взаємовідносин «бізнес-бізнес» або «бізнес-споживач».

*Перелік посилань:*

1. Асоціація міст України : веб-сайт. URL: <http://auc.org.ua> (дата звернення: 21.04.2020).
2. Прав Р. Ю. Моніторинг розвитку інформаційної інфраструктури в Україні. URL: [file:///mac/Home/Downloads/169592-384145-1-PB%20\(1\).pdf](file:///mac/Home/Downloads/169592-384145-1-PB%20(1).pdf) (дата звернення: 21.04.2020).
3. Закарпаття онлайн : веб-сайт. URL: <https://zakarpattya.net.ua/News/199742-Derzhstat-porakhuvav-skilky-zakarpattsiv-korystuiutsia-internetom-i-telebachenniam> (дата звернення: 23.04.2020).
4. Кількість користувачів інтернетом в Україні виросла на 7 % – дослідження. *Українська правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/11/652498> (дата звернення: 23.04.2020).